

**PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA YANG BERMAIN**  
***GAME ONLINE***



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

**oleh:**

**ADITYA NAFIDZURRAMADHAN**

**F100160152**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOPING STRES PADA MAHASISWA DALAM  
MENGHADAPI PRAKTIKUM**

**PUBLIKASI ILMIAH**

**Oleh:**  
**ADITYA NAFIDZURRAMADHAN**  
**F 100 160 152**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Telah disetujui oleh:  
Pembimbing



**Lusi Nuryanti, Ph.D., Psikolog**

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI KOPING STRES PADA MAHASISWA DALAM MENGHADAPI PRAKTIKUM


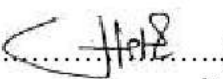

Diajukan oleh:

**ADITYA NAFIDZURRAMADHAN**

**F 100 160 152**

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada : Selasa, 13 April 2021  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Dewan penguji:

1. **Lusi Nuryanti, Ph.D, Psikolog** (.....)  
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Setia Asyanti, S.Psi.,M.Si, Psikolog** (.....)  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **MB. Sudinadji, S.Psi.,M.Psi** (.....)  
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,



**Susatyo Yuwono, S.Psi., M. Si., Psikolog**  
**NIK/NIDN. 838/0624067301**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 Mei 2021

Yang menyatakan



**Aditya Nafidzurramadhan**  
**F 100 160 152**

## **PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA YANG BERMAIN GAME ONLINE**

### **Abstrak**

Mahasiswa saat ini memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengikuti trend bermain game online yang menyebabkan mahasiswa membeli/menggunakan uangnya untuk bermain game online atau dengan kata lain adanya kecenderungan berperilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang perilaku konsumtif pada mahasiswa yang bermain *game online*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur secara daring dan menggunakan aplikasi telepon genggam *Whatsapp*. Pemilihan partisipan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana kriterianya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yang pernah bermain *game online* lebih dari 1 tahun, menghabiskan waktu bermain  $\pm 3$  jam/hari, dan pernah menggunakan uang jajannya untuk bermain *game online*. Analisis data menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor yang menunjukkan timbulnya perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal. *Game online* juga memberikan berbagai dampak, yaitu dampak positif dan negatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi dasar pemberian intervensi pada perilaku pemain *game online*.

**Kata kunci:** perilaku konsumtif, *game online*, mahasiswa

### **Abstract**

Students currently have a large enough interest in following the trend of playing online games which causes students to buy/use their money to play online games or in other words, there is a tendency to behave consumptively. This study aims to understand more deeply the consumptive behavior of students who play online games. The research method used is descriptive qualitative research with data collection techniques through online semi-structured interviews and using the Whatsapp mobile phone application. The selection of participants used a purposive sampling technique where the criteria were students of the Muhammadiyah University of Surakarta (UMS) who had played online games for more than 1 year, spent  $\pm 3$  hours/day playing, and had used their allowance to play online games. Data analysis using thematic analysis techniques. The results showed several factors that indicate consumptive behavior, namely internal and external factors. Online games also have various impacts, namely positive and negative impacts. The results of this study are expected to provide a basis for providing interventions on the behavior of online game players.

**Keywords:** consumptive behavior, online game, students

## 1. PENDAHULUAN

Di abad ke-21 *game online* merupakan sebuah gaya hidup, terbukti dari survei yang dilakukan oleh *Data Reportal* pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa 80% pengguna *internet* di dunia pada rentang umur 16-64 tahun yang bermain *game* setiap bulannya berjumlah 3,5 miliar orang (Kemp, 2020). *Game online* dapat diakses dengan mudah melalui sarana komputer, warung internet (*warnet*), ataupun melalui telepon genggam. Pada awal tahun 2020 virus Covid-19 menyebar ke hampir seluruh dunia. Covid-19 menyebabkan terjadi masa pandemi sehingga sebagian besar warga Indonesia melakukan kegiatannya entah bekerja / menuntut ilmu melalui rumah masing – masing atau biasa disebut *work from home*. Efek dari *work from home* menyebabkan naiknya penggunaan internet pada siswa maupun orang yang sudah bekerja. Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau biasa disingkat APJII, menunjukkan bahwa total penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 196,7 juta orang pengguna internet dari total 266,9 juta penduduk warga negara Indonesia. Dari total pengguna internet tersebut, terdapat 16,5% orang yang bermain *game online* (Jatmiko, 2020). Lalu dalam fenomena perilaku konsumtif, yang terjadi saat masa pandemi, dilakukan survei oleh *Standard Chartered* tentang dampak dari Covid-19 pada tahun 2020 terhadap 12.000 orang dewasa di 12 negara seperti Hongkong, India, Indonesia, Kenya, China Daratan, Malaysia, Pakistan, Singapura, Taiwan, UEA, Inggris, dan AS yang menunjukkan bahwa dua pertiga orang Indonesia (bila dibandingkan angka global yaitu 64%) merasa mengelola uang menjadi lebih sulit sejak dimulainya wabah Covid-19 (Sulaiman, 2020).

Esensi dari bermain *game online* ialah untuk melepaskan penat dari tugas yang dimiliki individu. Menjadi seorang *gamers* sangatlah mudah. *Gamers* sendiri merupakan sebutan dari seseorang yang mengakui dirinya menyukai bermain *game online* ataupun *offline*. Menurut Magnenat-Thalmann & Thalmann (1999) *game online* diartikan sebagai program permainan yang tersambung melalui jaringan yang dapat dimainkan kapan saja, dimana saja dan dapat dimainkan bersamaan secara kelompok di seluruh penjuru dunia, dan biasanya didukung oleh

komputer. *Gamers* ketika sudah menyukai salah satu *game* yang dimainkannya, akan rela untuk mengeluarkan uangnya untuk mempercantik karakter/*akun* dengan membeli *item-item* di dalam *game* tersebut. Apabila terdapat desain *game* yang menarik, *gamers* rela mengeluarkan uangnya untuk membeli *item* dari *game* tersebut. Salah satu fenomena yang terjadi di surat berita, Oktarini & Surya (2019) menceritakan bahwa ibu rumah tangga yang bernama Ririn Ike Wulandari menyadari bahwa tagihan rekeningnya membengkak dikarenakan anaknya yang memainkan *game online* di telepon genggam ibunya tersebut. Dimana anaknya diketahui membeli *voucher game online* dari *game Mobile Legend: Bang Bang*, awalnya ibu tersebut mengira bahwa tagihan tersebut dikarenakan penggunaan kuota *internet* yang berlebihan, namun saat penghitungan tagihan yang tercatat anaknya dalam bermain *game* berjumlah hingga belasan juta.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang berorientasi pada kebutuhan masa sekarang daripada ke kebutuhan masa mendatang. Perilaku tersebut berupa membeli suatu barang yang tidak terlalu bernilai dan hanya mementingkan kesenangan duniawi tanpa memikirkan di masa mendatang. Menurut Lestarina et al. (2017) perilaku boros sebagai langkah membeli suatu barang yang seharusnya untuk mencukupi suatu kebutuhan akan tetapi malah membeli sesuai keinginan, dan dilakukan terlalu berlebihan sehingga menyebabkan kerugian dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif merupakan suatu dorongan dalam diri sendiri untuk melakukan konsumsi yang tak terbatas. Dimana individu mengutamakan keinginan terlebih dahulu daripada kebutuhan (Ancok, 1995). Idealnya bermain *game* hanya dijadikan sebagai sarana hiburan saja atau sekedar mengisi waktu luang. Akan tetapi kenyataan yang terjadi adalah dari hasil penelitian Sudharto (2018) mengatakan bahwa mahasiswa yang dijadikan subjek penelitian mengaku merasa ketergantungan serta kecanduan dalam bermain *game Mobile Legends*. Hal ini dikarenakan ada rasa seru dan penasaran tersendiri bagi para subjek tersebut.

Perilaku konsumtif memiliki berbagai aspek yang dapat diinterpretasikan dalam bentuk poin-poin. Menurut Mangkunegara (2002) aspek tentang perilaku konsumtif terdiri dari pemilihan produk yaitu setiap orang akan membeli suatu

barang yang dimiliki oleh orang lain. Dikarenakan barang tersebut mencuri perhatian individu tersebut. Perbedaan individu juga berdampak terhadap tiap individu, ada yang membeli berdasarkan kebutuhan, ada juga yang hanya menghambur-hamburkan uang saja. Pengaruh pemasaran juga berpengaruh terjadinya perilaku konsumtif, seperti iklan yang menarik, diskon, dan promo. Dan pencarian informasi ketika orang menemukan suatu informasi seperti promo ataupun diskon, akan menimbulkan suatu perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Pitaloka (2013) menunjukkan bahwa alasan bermain *game online* oleh pelajar digunakan sebagai sarana hiburan, dan menjawab rasa ingin tahu pelajar atas ketertarikannya terhadap produk teknologi, strategi yang dilakukan oleh pelajar dalam bermain *game online* adalah menyisihkan uang jajan, mencari pendapatan dengan berjualan, dan meminta langsung kepada orang tua. Lalu hasil penelitian yang dilakukan oleh Utoro & Palekahelu (2016) menyatakan bahwa dalam bidang akademik, bermain *game* tidak mempunyai pengaruh yang menyebabkan nilai siswa-buruk. Akan tetapi dalam bermain *game*, siswa cenderung menggunakan uang saku yang diberikan dari orang tua sebagai biaya untuk bermain *game online*.

Dari penjelasan diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami lebih dalam tentang perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *game online*. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang perilaku konsumtif pada mahasiswa terutama dalam bermain *game online* serta menjadi bahan kajian untuk intervensi pada *game online*. Dari penjelasan tersebut, pertanyaan yang penting untuk dijawab dalam penelitian ini adalah: Bagaimana gambaran perilaku konsumtif mahasiswa yang bermain *game online* dan apa saja yang membentuk perilaku konsumtif mahasiswa dalam bermain *game online*.

## **2. METODE**

Penelitian ini ditulis menggunakan metode kualitatif deskriptif yang merupakan sebuah teknik tentang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang terkumpul dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti, sehingga memperoleh gambaran secara umum tentang keadaan sebenarnya (Kriyantono,



2007). Dalam penelitian ini ditentukan dengan cara teknik *purposive sampling*. Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah (UMS) yang pernah bermain *game online* lebih dari 1 tahun, menghabiskan waktu bermain  $\pm 3$  jam/hari, dan pernah menggunakan uang jajannya untuk bermain *game online*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara melalui daring dengan bentuk percakapan *Whatsapp*. Jenis wawancara yang dipakai dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam (*In-depth Interview*) dengan proses wawancara yang semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur yang dimaksud adalah dengan pertanyaan terbuka, fleksibel tapi terkontrol, dengan bertujuan untuk memahami suatu fenomena. Langkah yang dilakukan peneliti untuk menjamin keabsahan data adalah menggunakan *member checks*. *Member checks* sendiri adalah proses pengumpulan data dilanjutkan dengan analisis, melakukan pengkategorian, dan penarikan kesimpulan yang dapat diuji kembali dengan menggunakan anggota lain dalam kelompok (Yusuf, 2016).

Teknik analisis data menggunakan analisis tematik, tematik analisis merupakan sebuah teknik analisis dalam penelitian kualitatif yang dapat mengidentifikasi, menganalisa, dan melaporkan adanya pola-pola yang terdapat dalam data dan disajikan secara terperinci dan lengkap (Braun & Clarke, 2013). Langkah – Langkah peneliti dalam menganalisa data dengan menggunakan analisis tematik adalah sebagai berikut: 1) membaca seluruh verbatim; 2) melakukan pengkodean pada setiap verbatim; 3) mengkategorisasikan beberapa kode menjadi satu kelompok; 4) membuat suatu tema, yaitu dengan memberikan label pada kategori yang sudah dibuat; 5) membuat laporan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Tabel 1. Karakteristik partisipan

Subjek	Uang saku selama 1 bulan	Jenis <i>game online</i>	Total pengeluaran bermain <i>game</i> dalam 1 tahun	Total pengeluaran bermain <i>game</i> dalam 1 bulan
AS	1-1,5 juta	<i>Player Unknown's Battle Ground</i>	± 1juta	145 ribu
MAR	1,4 juta	<i>Free Fire</i>	5 juta	400 ribu
BSR	1,5 juta	<i>Player Unknown's Battle Ground, Mobile Legends</i>	6-7 juta	300 ribu
RM	1 juta	<i>Mobile Legends</i>	1-2 juta	160 ribu
FAA	2 juta	<i>Player Unknown's Battle Ground</i>	2 juta	200 ribu

Tabel 1. Tabulasi Hasil

Alasan membeli <i>voucher game</i>	R1	R2	R3	R4	R5
- Show off	V			V	
- Kepuasan tersendiri	V	V	V		V
- Desain bagus		V	V		V
- Investasi			V		
<b>Dampak perilaku konsumtif</b>					
- Boros	V	V	V	V	V
- Menghilangkan stres	V		V		
- Berbohong			V	V	
- Tidak punya tabungan		V	V		V

##### 3.1.1 Tema: Alasan membeli *voucher game*

Pada umumnya manusia memiliki alasan kenapa ia memiliki suatu barang yang ia beli. Begitu pula dalam alasan membeli *voucher game* dimana terdapat dua jenis faktor yang menyebabkan terjadinya partisipan membeli *voucher game* yaitu internal dan eksternal.

Dari hasil wawancara didapatkan salah satu alasan membeli *voucher game* adalah dapat dijadikan sebuah investasi yang merupakan salah satu dari faktor internal. Faktor internal merupakan buah pikir dari individu itu sendiri, dimana partisipan BSR mengungkapkan bahwa ketika ia membeli *skin game* terus

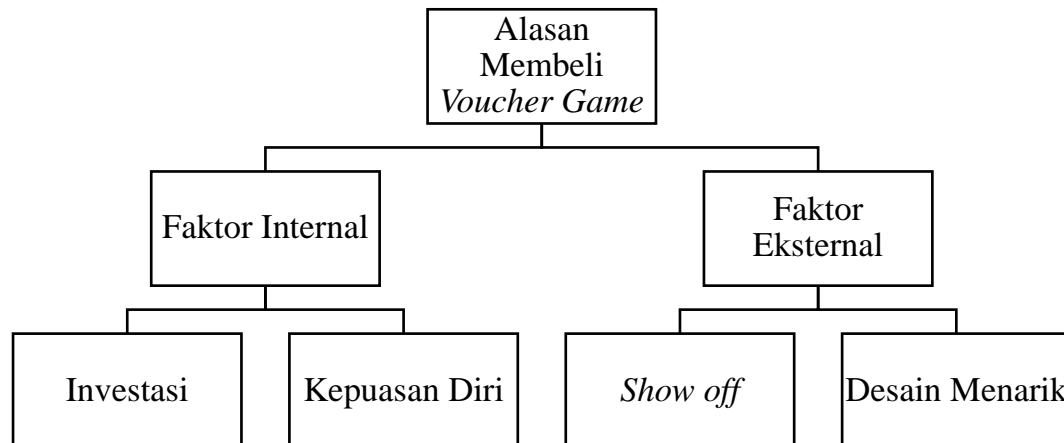
menerus, BSR menganggap itu sebagai investasi di kedepannya dikarenakan semakin banyak koleksi *skin* semakin mahal harga akun yang dimiliki oleh BSR. *“terus saya lihat lihat akhirnya bisa dibuat investasi juga gitu mas, ya jadi mungkin kita kalau kita gacha itu suatu skin senjata yang langka, terus kemudian hari kita bisa menjual akun itu mas. Jadi membeli item gacha untuk dijual Kembali ya bisa system nya buat investasi juga”* (W.BSR/146-152).

Selain itu, membeli *voucher game* membentuk suatu kepuasan diri, partisipan MAR mengungkapkan merasa puas, dan bangga dengan *skin* yang dimilikinya saat ini. *“positifnya mungkin cuman dari kepuasan diri sendiri mas Ketika kita mulai bermain game free fire karakter kita berbeda dari yang orang lain jadi seperti achievement sendiri sih mas jatuhnya”* (W.MAR/218-222).

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu. Faktor ini meliputi lingkungan di sekitar maupun melalui media elektronik. Dari hasil penelitian mayoritas partisipan mengungkapkan bahwa alasan mereka membeli *voucher game* tersebut dikarenakan ada keinginan menyombongkan diri kepada teman-teman partisipan, sehingga partisipan mendapatkan atensi dari teman-temannya sehingga mereka akan melihat karakter *game* yang dimiliki oleh partisipan. *“Ya cuman mau show off kalau aku punya skin baru gitu loh. Jadi kayak pamer aja gitu mas”* (W.AS/225-227).

Desain *game* memiliki peran penting dalam menimbulkan perilaku konsumtif, demi menarik minat para *gamers*, setiap *game* akan selalu berlomba untuk membuat desain yang menarik agar para *gamers* rela mengeluarkan uangnya untuk membeli desain yang disebut dengan *skin game*. Partisipan FAA mengungkapkan bahwa desain *game* sendiri yang membuat ia mengeluarkan uang untuk membeli *skin* didalam *game* *“Rata rata orang orang itu kalau beli voucher game itu ya buat beli ini skin skin nya itu bagus bagus itu lucu lucu, kalau enggak ada emoticon geraknya, terkadang skin skin senjatanya bagus terkadang ada efeknya juga tembakannya. Bagus bagus makanya orang orang itu tertarik ingin memilikinya, aku pun juga tertarik membeli sesuatu di pubg itu ya gara gara skin skinnya yang bagus bagus menggoda gitu loh menggiurkan”* (W.FAA/190-194).

Berikut merupakan bagan yang menunjukkan alasan membeli *voucher game* yang dilakukan oleh partisipan.



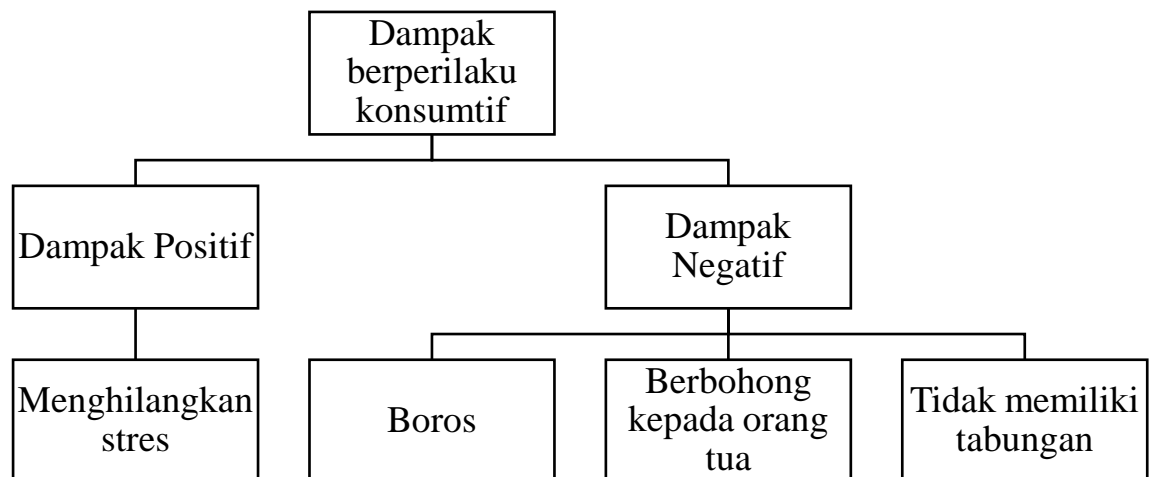
Gambar 1. Alasan Membeli *Voucher Game*

### 3.1.2 Tema: Dampak berperilaku konsumtif

Akibat dari bermain *game* oleh masing-masing partisipan memiliki dampak yang berbeda-beda, mulai dari yang memiliki dampak positif, tentu saja terdapat dampak yang negatif. Dalam sesi wawancara ini didapatkan bahwa partisipan AS mengungkapkan, tidak semua akibat bermain *game* berdampak buruk, berkat bermain *game*, karena AS dapat menghilangkan stress yang dimilikinya.

Dampak negatif salah satunya adalah boros. Seluruh partisipan merasakan dampak boros yang terjadi ketika bermain *game online*. Salah satunya partisipan RM yang mengatakan bahwa dampak yang dirasakan ketika sering membeli *skin game* yaitu adalah manajemen keuangan partisipan yang tidak baik sehingga mengakibatkan boros “*Oh pernah mas, waktu itu kan ada event yang sangat keren mas. Wah karena eventnya itu juga jangka event berlangsungnya itu cuman beberapa minggu mas, jadi setelah itu nggak ada eventnya. Terus ini nggak bisa disia siain nih eventnya, saya habiskan saja nih uang bulanan saya buat beli item itu. Ya habis 700 ribuan, terus akhirnya setelah nggak nyampai 1 bulan udah habis*” (W.BSR/167-174). Dari manajemen keuangan yang tidak baik tersebut mengakibatkan partisipan untuk berbohong kepada orangtuanya agar mendapatkan uang tambahan dikarenakan uang saku partisipan RM yang kurang

dikarenakan seringnya membeli *skin game*. Partisipan FAA juga menjelaskan, bahwa perilaku kurangnya uang saku itu menyebabkan partisipan tidak memiliki tabungan. “*yaitu kalau udah beli itu jadi kayak gak punya tabungan gitu*” (W.FAA/237-238). Gambar 2 menunjukkan dampak bermain *game* yang didapatkan dari partisipan.



Gambar 2. Dampak Berperilaku Konsumtif

### 3.2 Pembahasan

Bab ini akan membahas tentang gambaran perilaku konsumtif mahasiswa yang bermain *game* online yang dinilai dari alasan membeli *voucher game online*, serta dampak yang didapatkan akibat perilaku konsumtif tersebut.

#### 3.2.1 Tema: Alasan membeli *voucher game online*

##### 3.2.1.1 Faktor internal

Investasi merupakan salah satu faktor internal yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, timbulnya investasi dikarenakan partisipan beranggapan bahwa partisipan mempunyai penghasilan yang stabil dan secara tidak langsung, berasumsi bahwa dengan membeli *skin game* juga merupakan suatu investasi yang kelak bisa mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Investasi merupakan salah satu keputusan yang berasal dari diri sendiri tentang melepaskan dana dengan harapan dikedepannya mendapatkan

dana yang lebih besar dari dana yang dilepaskannya saat investasi awal (Mulyadi, 2005). Partisipan BSR mengatakan bahwa membeli *skin game* itu bisa dibuat investasi dikarenakan ketika BSR mendapatkan *skin* yang langka, otomatis *akun* yang dimiliki BSR menjadi istimewa, dan apabila ke depannya BSR akan menjual *akun* tersebut, otomatis harga jual yang dimiliki *akun* BSR akan menjadi tinggi dikarenakan BSR mendapatkan *skin* yang sangat langka tersebut. Selain itu, terdapat hal yang membuat partisipan membeli *voucher game online* yaitu pada waktu-waktu tertentu yang mendapatkan potongan harga dari harga normal *voucher* tersebut, sehingga hal tersebut dapat memicu terjadinya pembelian *voucher game* yang mengarah ke investasi untuk mengumpulkan beberapa *skin game* tersebut. Hal ini didukung oleh pernyataan Kotler (2000) bahwa salah satu faktor internal psikologis yaitu adanya sikap pendirian dan kepercayaan. Dengan kepercayaan kepada penjual yang berlebihan dan sifat pendirian yang tidak jelas dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

Salah satu partisipan MAR menyatakan bahwa pembelian *voucher game online* memberikan kepuasan pada diri sendiri atau biasa disebut kepuasan hidup. Kepuasan hidup adalah adanya tingkat kepuasan seseorang terhadap hidupnya selama individu masih hidup (Santrock, 2014). Selain itu menurut Argyle (2001) kepuasan hidup terjadi karena adanya kesejahteraan subjektif yang sesuai dengan penilaian individu tersebut. Partisipan MAR mengatakan ketika sedang membeli *voucher game* merasa puas dikarenakan *skin* yang dibeli dipakai dan merasa berbeda dari orang lain. Kepuasan diri tersebut, dapat membantu dalam pembentukan karakter di kehidupan sehari-hari sehingga partisipan menjadi orang yang lebih percaya diri dalam menghadapi kehidupannya (Novianti & Alfiasar, 2017). Hal ini didukung oleh pernyataan Diener & Biswas-Diener (2008) dalam salah satu aspek kepuasan hidup adalah kepuasan terhadap hidup saat ini. Individu merasa dalam kehidupan saat ini merupakan kehidupan yang memuaskan.

### 3.2.1.2 Faktor eksternal

*Show off* atau pamer merupakan faktor eksternal yang mendasari terjadinya perilaku konsumtif. *Show off* sendiri merupakan suatu perilaku yang bertujuan untuk memperlihatkan kelebihan yang dimiliki individu ke orang lain dengan

maksud menyombongkan diri. Partisipan AS dan RM mengatakan bahwa alasan membeli *voucher game* tersebut dikarenakan hanya untuk *show off* atau pamer kepada teman-temannya, ~~lalu~~ sehingga menyebabkan partisipan dan teman partisipan berlomba-lomba untuk membeli *skin game* hanya sekedar untuk ajang pamer. Hal itulah yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Estetika (2017) bahwa faktor-faktor eksternal yang membentuk perilaku konsumtif yaitu: kelompok referensi, karena selalu terpengaruh dengan barang yang dibeli dan dimiliki oleh temannya, mereka merasa ingin sama dengan apa yang dimiliki oleh temannya.

Selain *show off*, Partisipan MAR, BSR, dan FAA mengatakan bahwa alasan membeli *skin game* dikarenakan dari desain yang disajikan di *game* menarik dan keren. Partisipan BSR mengatakan bahwa selain desain dari *game playerunknown's battleground* yang bagus, terdapat efek-efek yang membuat BSR sendiri terkagum-kagum ketika membeli senjata di *game* tersebut. Efek yang membuat BSR tertarik itu ketika senjata yang dibeli BSR menembak, terdapat efeknya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Mangkunegara (2002) yang mengatakan bahwa pengaruh yang terdapat di pemasaran seperti produk yang dipamerkan di depan toko, iklan yang menarik, promo yang selalu ada di awal bulan, diskon yang selalu menggiurkan, dan lain lain yang menyebabkan individu untuk menghambur-hamburkan uangnya. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Xu et al. (2018) yang menyatakan bahwa desain *game*, pengalaman sosial, dan kepercayaan adalah faktor penting yang mempengaruhi orang-orang dalam bermain *game online*. Lalu didukung oleh hasil penelitian Liu (2007) telah menunjukkan bahwa desain *game* akan mempengaruhi pengalaman pertama dalam bermain *game online*.

Tema: Dampak berperilaku konsumtif

Dampak positif

Setiap kegiatan pasti memiliki dampak yang baik maupun buruk, hal ini sesuai dengan pernyataan Skinner (1965) bahwa perilaku menghasilkan konsekuensi, konsekuensi inilah yang membuat terjadinya hal yang sama ataupun yang berbeda. Sisi positif dari perilaku konsumtif dalam bermain *game* salah

satunya yaitu menghilangkan stres. Partisipan AS menjelaskan bahwa ketika ia menggunakan uang jajannya untuk membeli sesuatu yang AS suka, menyebabkan rasa kepuasan tersendiri yang menjadikan AS bisa mengontrol emosinya agar tidak stres. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rochani (2018) tentang *non rational buying* merupakan perilaku dimana seseorang membeli barang hanya untuk mencari kesenangan dan kepuasan tersendiri. Lalu menurut Granic et al. (2014) menemukan bahwa bermain *game* dapat mengurangi stres, namun jika berlebihan juga akan berdampak negatif pada kesehatan seseorang.

#### Dampak negatif

Dampak negatif merupakan dampak buruk yang terjadi dari suatu peristiwa, Partisipan AS, RM, dan FAA yang mengatakan bahwa setelah bermain game, menjadi lebih boros dalam hal keuangan. Contohnya partisipan RM menjelaskan bahwa semenjak bermain *game*, RM menjadi boros, hingga sampai kehabisan uang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku boros merupakan perilaku yang tidak didasari oleh alasan yang masuk akal, tetapi karena timbulnya kemauan yang sudah mencapai tahap tidak masuk akal. Perilaku boros tersebut sudah menempel di setiap individu apabila membeli sesuatu diluar kebutuhan akan tetapi keinginan tersendiri. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Santhoso (2017) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup yang hedonis dengan perilaku boros pada remaja. Rendahnya literasi keuangan juga menyebabkan rendahnya keinginan untuk menabung, dan kebiasaan belanja yang berlebihan akan menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif (Imawati et al., 2013).

Selain boros, terdapat tindakan berbohong. Berbohong merupakan salah satu tindakan yang tidak terpuji yang bertujuan membuat pendengar percaya, padahal belum tentu itu benar ataupun salah. Partisipan BSR, dan RM mengatakan bahwa mereka berbohong demi mendapatkan uang tambahan kepada orang tua. Partisipan BSR menceritakan bahwa demi mendapatkan *skin* yang sangat keren, BSR rela mengeluarkan uang sebesar 700 ribu rupiah untuk membeli *skin* yang sangat keren tersebut, sehingga BSR kehabisan uang dan



berbohong kepada orang tuanya dengan mencari berbagai alasan untuk mendapatkan uang tambahan untuk bertahan hidup. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ekman (2009) yang mendefinisikan kebohongan sebagai kondisi saat seseorang berniat untuk menyesatkan orang lain dengan sengaja dan tanpa diberitahu terlebih dahulu untuk melakukan hal itu. Hal ini didukung dengan salah satu indikator berbohong menurut Buller dan Burgoon dalam (Morissan, 2010) yaitu *falsification* atau memalsukan yang berarti memberikan keterangan palsu dengan membuat cerita yang tidak sesuai dengan faktanya.

Selain itu salah satu partisipan mengatakan bahwa dampak negatif dari berperilaku konsumtif adalah tidak mempunyai tabungan. Partisipan FAA mengatakan setelah seringnya membeli *voucher game* entah itu membeli *skin*, senjata, ataupun ikut undian yang menghabiskan ratusan ribu ataupun jutaan kalau ditotal menyebabkan FAA tidak mempunyai sisa tabungan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Irmasari (2010) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatifnya antara lain yaitu kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Hal ini didukung dari hasil penelitian Kurniawan (2017) yang mengatakan salah satu dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah dapat mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan daripada untuk menabung.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam *game online* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keinginan untuk berinvestasi dan kepuasan diri. Sementara faktor eksternal disebabkan oleh desain *game* yang menarik, ataupun sekedar *show off* kepada teman lingkungan sekitar.

Perilaku konsumtif tersebut dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, yaitu terdapat dampak positif dan negatif dari perilaku konsumtif dalam bermain *game online*. Dampak positif dari berperilaku konsumtif adalah dapat menghilangkan

stres. Sedangkan dampak negatif berupa pola hidup yang boros, melakukan tindakan berbohong, dan tidak memiliki tabungan untuk masa depan.

Maka untuk memiliki hasil yang lebih baik dan bermanfaat, peneliti mengajukan saran kepada mahasiswa untuk lebih memahami tentang dampak perilaku konsumtif sehingga dapat menghadapi masalah finansial secara lebih baik. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Pustaka Belajar.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3, 131–140.
- Argyle, M. (2001). *The Psychology of Happiness* (Second). Routledge.
- Braun, V., & Clarke, V. (2013). *Successful qualitative research: A practical guide for beginners*. (1st ed.). Sage Publication Ltd.
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2008). *Happiness: Unlocking the Mysteries of Psychological Wealth* (First). Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444305159>
- Ekman, P. (2009). *Mendeteksi Kebohongan* (1st editio). Baca Buku.
- Estetika, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6.
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. M. E. (2014). The Benefits of Playing Video Games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1037/a0034857>
- Imawati, I., Susilaningsih, S., & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret*, 2, 48–58.
- Irmasari, D. (2010). *Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif. Ringkasan Skripsi*. Universitas Gunadarma.

- Jatmiko, L. D. (2020). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*. Teknologi Bisnis.  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview*. Data Reportal.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (Milenium e). Prentice Hall Intl.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (First). Prenada Kencana Media Group.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2, 1–4.
- Liu, B. (2007). *An empirical study on the factors affecting loyalty in different stages of the life cycle of casual online games. (Doctoral dissertation, Zhejiang University)*.
- Magenat-Thalmann, N., & Thalmann, D. (1999). *Computer Animation and Simulation '99* (First ed). Springer-Verlag Wien. <https://doi.org/10.1007/978-3-7091-6423-5>
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Cetakan ke-2. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. (2010). *Psikologi Komunikasi* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Universitas Gajah Mada.
- Novianti, D. S., & Alfiasar. (2017). Kepuasan Hidup Mahasiswa Tingkat Pertama: Kaitannya dengan Karakter Mahasiswa dan Gaya Pengasuhan Orang Tua. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 10(1), 13–23.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2017.10.1.13>
- Oktarini, & Surya, D. (2019, April 8). Anaknya kecanduan bermain game ibu ini kaget tagihannya jebol belasan juta. *Suara.com*.  
<https://www.suara.com/tekno/2019/04/08/145745/anaknya-kecanduan-bermain-game-ibu-ini-kaget-tagihannya-jebol-belasan-juta?page=all#:~:text=Seperti cerita yang dibagikan salah,juta hanya karena game online.&text=Terdapat tiga game yang membuat,Fire%2C Mobil>
- Pitaloka, A. (2013). Perilaku Konsumsi Game Online Pada Pelajar (Studi Fenomenologi tentang Perilaku Konsumsi Game Online Pada Pelajar di Kelurahan Gemolong, Kabupaten Sragen tahun 2013). In *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*.

- Rochani, Rina, T. (2018). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping di Instagram pada Remaja. Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santrock, J. W. (2014). *A Topical Approach to Life Span Development* (Seventh). McGrawhill International.
- Skinner, B. F. (1965). *Science and Human Behavior* (The B.F. S). Pearson Education Ince. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-012370509-9.00087-5>
- Sudharto, A. R. (2018). *Fenomena Game Online Mobile Legends di Kalangan Mahasiswa*. Universitas Sumatera Utara.
- Sulaiman, F. (2020). *Hikmah Covid-19, Milenial Jangan Boros-Boros Lagi Ya*. Kabar Finansial. <https://www.wartaekonomi.co.id/read316060/hikmah-covid-19-milenial-jangan-boros-boros-lagi-ya>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong imbas pesan Iklan Televisi* (Edisi pert). Alfabeta.
- Utoro, D., & Palekahelu, D. T. (2016). *Pengaruh Bermain Game Online dan Tingkat Ekonomi terhadap Perilaku dan Hasil Belajar Siswa (Studi Kasus: SMP N 4 Tenganan)*. <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/10805>
- Xu, Z., Xiang, M., & Pang, L. (2018). Study on the influence factors of college students' loyalty in PUBG game. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 439(3).
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.